



UNIVERSIDAD DEL CENTRO DE MÉXICO

Vice-Rectoría Académica

Licenciatura: Comunicación
Materia: Opinión Pública
Elaborado por: Marco Carlos Avalos Rosado
Fecha de elaboración: 20 de julio 2012

Semestre: Quinto
Clases por semana: 3
Clases por semestre: 48

Objetivo General: Al término del curso el alumno será capaz de evaluar las teorías, métodos y técnicas más relevantes de la opinión pública en el proceso de la comunicación, así como las interrelaciones en los sistemas comunicativos, de las que resultan las opiniones públicas, controles sociales y climas comunicativos.

Fecha	No. Horas	Tema	Objetivo Educativo	Técnica didáctica	Actividad (Presencial o Campus Virtual)	Sugerencia Bibliográfica
		Unidad I. Opinión pública, democracia y competencias ciudadanas (participación y ciberciudadanía)				
15 y 16 agosto	3	Contexto y conceptos de la opinión pública: La democracia	Identificar el concepto de democracia y sus implicaciones para la persona y la sociedad	Se llevará a cabo un diálogo frente a grupo que dará paso a una lectura comentada. Se desarrollará un debate entre grupos de dos personas.	En pares, llevarán a cabo un ensayo acerca de la democracia en general y las perspectivas para su desarrollo en México. Este ensayo se publicará en una entrada del blog personal de cada estudiante. Debate acerca de la democracia en México. Las conclusiones se publicarán en el blog de la clase y los estudiantes publicarán un resumen en sus respectivos blogs.	Sartori, G., & Foschini, L. (2009). La democracia en treinta lecciones. México: Taurus. Castells, M. (2010). Comunicación y poder. N.p.: Alianza Editorial.
22 y 23 agosto	3	Las instituciones y la cultura.	Reconocer el papel de la cultura y las instituciones en	Mediante el aprendizaje orientado a proyectos,	Generación de una infografía acerca de la democracia en	Habermas, J. (2005). Historia y

			las sociedades.	se realizará un cuadro comparativo entre las culturas contemporáneas de México, Francia y China. Haciendo énfasis en el Caso Dreyfus, El control de Internet en China y el caso Atenco.	México, que se expondrá y discutirá en clase. Publicación de un ensayo y un cuadro comparativo entre las culturas mexicana, china y francesa.	crítica de la opinión pública. N.p.: Gustavo Gilly. Cap. 5 D'Adamo, O., García Beaudoux, V., & Freidenberg, F. (2007). Medios de comunicación y opinión pública. Madrid, España: McGraw Hill.
29 y 30 agosto	2	La esfera pública y la esfera privada: su transformación histórica	Definir esfera pública y esfera privada; especificar su desarrollo histórico y deducir la esfera pública contemporánea.	Diálogo frente al grupo sobre el capítulo 1 (Introduction: Preliminary Demarcation of a type of bourgeois public sphere) del libro The structural transformation of the public sphere (páginas 1-26 .Debate en el salón de clases. El profesor dará una retroalimentación apoyado de un experto del tema. Se publicará la retroalimentación del reporte	Lectura del ensayo <i>La opinión pública en Habermas Margarita</i> de Margarita Boladeras Cucurella y reporte de lectura sobre el mismo en los blogs de cada estudiante. Los trabajos destacados se publicarán en el blog de la clase. Se dirigirá una investigación donde los estudiantes establecerán cuáles son las condiciones actuales de la esfera pública de México. Escribirán un ensayo sobre el capítulo 1 del libro The structural transformation of the public sphere, relacionándolo con el tema de la esfera pública en México. Se publicará una síntesis de las conclusiones del tema en el blog de las clases. Los participantes publicarán estas conclusiones en sus propios blogs.	Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere. N.p.: MIT Press <i>La opinión pública en Habermas Margarita</i> de Margarita Boladeras Cucurella La convergencia cultural a través de la ecología de medios, de Octavio islas: http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15812486004
30 agosto	1	Conocimiento, información y el establecimiento de la agenda mediática	Definirá la importancia del conocimiento y la información para la conformación de la opinión (doxa) y la episteme (conocimiento).	Lectura comentada del libro Diálogos de Platón: La república. (Libro siete, páginas 159-161)	Lectura del capítulo primero (páginas 5-14) del libro Public Opinion, de Walter Lippmann, discusión en clase y redacción de ensayo a	<i>Lippmann, W. (2004). Public Opinion (10th ed.). N.p.: Project Gutenberg. Retrieved July 21,</i>

					<p>publicar en los blogs de los participantes.</p> <p>Actividad: Policía del pensamiento: 1984 en 2012. Se proporcionará la película 1984 (Radford, M. (Director). (1984). Nineteen Eighty-Four [Online video]. Metro-Goldwyn-Mayer. Retrieved July 24, 2012) para su visionado en casa y se encargará el proyecto final a entregar el 19 de septiembre (un sitio web y una página de Facebook donde se escribirá un ensayo acerca de las ideas de la cinta y su relación con fenómenos que acontecen actualmente en México y otras partes del mundo, tales como ACTA, la agenda digital, la Patriotic Act, etc.)</p>	<p>2012, from http://www.gutenberg.org/ebooks/6456</p> <p>Platón (2010). Diálogos de Platón: La República. Ciudad De México, México: Ediciones Libuk.</p> <p>Foucault, M. (2010). La arqueología del saber. México: Siglo XXI Editores.</p> <p>Arqueología del saber y orden del discurso: un comentario sobre las formaciones discursivas - Donovan Adrián hernández Castellanos</p>
5 y 6 septiembre	2	Opinión pública y competencias ciudadanas	Describir las competencias ciudadanas y explicar su importancia para una sociedad democrática y para la opinión pública.	Se llevará a cabo un proceso de aprendizaje colaborativo, utilizando herramientas digitales.	Mediante la utilización de un sitio en Internet (http://tallerciudadaniadigital.blogspot.mx) se realizará un foro digital acerca de la ciudadanía.	Sitio web: Taller de ciudadanía digital http://tallerciudadaniadigital.blogspot.mx/
6 y 12 Septiembre	2	Cibercultura, ciudadanía y autonomía mediática	Explicar el papel de la cibercultura para el ejercicio de la ciudadanía y la transformación del espacio público.	Mediante un diálogo frente a grupo se desarrollará el tema de la cibercultura, se exhibirá el video Internet : el futuro digital y se guiará una lluvia de ideas, utilizando un sitio web como plataforma.	<p>Se realizará una infografía acerca de la cibercultura y la autonomía mediática. Las infografías se publicarán en los blogs de cada participante y en el blog de la clase.</p> <p>Material para la actividad: http://mashable.com/2011/07/13/visually/</p>	Yes we did Harfoush, Rahaf. Barcelona, 2010. Gestión 2000.

13 septiem bre	2	Definición de opinión pública	Definir qué es opinión pública, cuáles son sus elementos y qué fenómenos sociales están relacionados con el término. Igualmente, relacionar opinión pública, información, conocimiento, Internet y cultura para establecer la importancia de la opinión pública para el desarrollo y consagración de la democracia.	Mediante el aprendizaje basado en proyectos, se conducirá la definición de opinión pública.	Utilizando Google Drive, se definirá opinión pública y se hará un esquema que establezca y explique los diferentes fenómenos que influyen en su conformación.	El estudio de las influencias de los medios de comunicación social - Jordi Busquet Duran Alfons Medina Cambrón Josep sort i Jané
19 septiem bre	1	Entrega trabajo final y retroalimentación	Establecer las similitudes, en lo relativo a los fenómenos de comunicación y opinión pública, entre 2012 y 1984	El maestro evaluará y retroalimentará en clase el proyecto final: 1984 en 2012	Los estudiantes, de forma colaborativa, presentarán su sitio web y su página de Facebook sobre el proyecto Policía del pensamiento: 1984 en 2012.	

Fecha	No. Horas	Tema	Objetivo Educativo	Técnica didáctica	Actividad (Presencial o Campus Virtual)	Sugerencia Bibliográfica
		Unidad II. Procesos de la opinión pública e influencia mediática				
20 septiem bre	2	Procesos de la opinión pública (opinión, expresión de una actitud y actitud)	Examinar y describir los procesos que se presentan en la formación de la opinión pública.	Se exhibirá el documental “5 días de marzo” y se llevará a cabo un diálogo frente a grupo y se conducirá una lluvia de ideas.	En Internet, se revisarán casos de opinión sobre algo controversial, expresión de una actitud y actitud y se realizará un resumen. Proyecto final: Agenda mediática de la guerra contra el narcotráfico. Se llevará a cabo una investigación acerca de la propaganda gubernamental relacionada con la guerra contra el narcotráfico; se analizarán el framing y el priming con relación al tema en diferentes medios de comunicación para realizar un video que se subirá a Youtube y se publicará en el sitio web de la clase.	Talas, A. (Dirección). (2008). El Poder de los Seis Grados de Separación [Película]. Reino Unido.
26 y 27 septiem bre	2	Comunicación y opinión pública	Catalogar los estudios sobre la influencia de la comunicación en la opinión pública	Luego de una exposición en prezi se exhibirá un fragmento de la cinta “Batalla por el Ciudadano Kane” (Michael Epstein, Thomas Lennon EE.UU., 1996). Posteriormente , se conducirá un aprendizaje basado en proyectos.	Se realizarán búsquedas en Internet y en la biblioteca para construir un catálogo de estudios relacionados a la influencia de la opinión pública y la comunicación. Este catálogo se publicará en los blogs de cada participante, en el blog de la clase y en el grupo de Facebook sobre investigaciones en comunicación y opinión	News that matters http://books.google.com.mx/books/about/News_That_Matters.html?id=mvRM9mEDkn0C&redir_esc=y La tiranía de la comunicación (pp. 41-67). Ignacio

				Se expondrá el experimento de Salomon Asch.	pública.	Ramonet (1998). Madrid, España: Editorial Debate.
27 septiem bre	1	ideología y hegemonía en México	Distinguir el papel de la ideología y la hegemonía en México para delinear su influencia conceptual y formal en la opinión pública del país.	Se llevará a cabo una lectura comentada del texto “El conflicto postelectoral” de Lorenzo Meyer y el texto El sistema electoral, al servicio de las élites del poder de Jorge Carrasco Araizaga	Se llevará a cabo un debate grupal y los estudiantes escribirán un ensayo en una entrada de sus blogs.	Texto ¿Quiénes están detrás de las encuestas? - Alejandro Media y Sinuhé Vargas
3 octubre	1	Cómo se entera el público de los sucesos: las elites y las industrias culturales (cómo hablan los medios)	Analizar las élites económicas mexicanas y la conformación de las industrias culturales nacionales y descubrir su impacto en la conformación de la opinión pública nacional.	Se expondrá una presentación en Prezi acerca de las industrias culturales de acuerdo a la Escuela de Frankfurt; igualmente se expondrá sobre el concepto de gatekeeper de Kurt Lewin y se harán preguntas al respecto. Se exhibirá la película “Wag the dog”.	Se generará un una página web que integre un ensayo sobre las industrias culturales en México y una infografía sobre el tema. Este sitio web se compartirá en el grupo de Facebook de la clase.	The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion - Maxwell McCombs La agenda-setting y sus efectos (recopilación) – Marco Carlos Avalos
4 octubre	2	Persuasión y propaganda	Distinguir los elementos propagandísticos en productos mediáticos y los relacionará con elementos de la cultura; reconocer y criticar los elementos de la persuasión en discursos mediáticos.	Se expondrán diversos videos sobre el tema y se llevará a cabo una lectura grupal comentada a través del sitio web de la clase.	En el salón de clases se realizará un cuadro comparativo de la propaganda y la comunicación persuasiva que se publicará en los blogs de la clase.	Audiencias y elecciones en la era digital (recopilación)- Marco Carlos Avalos Podcast Ray Bradsbury
10 y 11 octubre	3	Framing y priming: sus efectos en la ciudadanía.	Analizar las características del framing y el priming, identificar sus componentes y deducir su impacto en la conformación de la opinión pública.	Se expondrán ejemplos de framing y priming en sitios web, periódicos y revistas.	Tomando como referencia el capítulo 8 (páginas 121-141) del libro <i>Medios de comunicación y opinión pública</i> de D’adamo, García y Freidenberg los alumnos ejemplificarán el priming y el framing en sitios web y videos de youtube que difundan noticias. Se hará mediante comentarios utilizando el grupo de opinión pública del marcador social Diigo. Los	El conflicto postelectoral- Lorenzo Meyer El sistema electoral, al servicio de las élites del poder - Jorge Carrasco Araizaga

					ejemplos también los publicarán en los blogs de la clase.	
17 y 18 octubre	3	Autonomía mediática, audiencias creativas y auto-comunicación de masas	<p>Investigar el influjo de la autonomía mediática en el entorno local y relacionar este fenómeno con el framing y el priming;</p> <p>Experimentar con el fenómeno de las audiencias creativas y reconocer su impacto en la auto-comunicación de masas.</p>	Se exhibirán dos videos: La guerra de los navegadores y El poder de los seis grados de separación.	Se guiará una lluvia de ideas para desarrollar un esquema que explique el influjo de los navegadores y las redes sociales en la opinión pública, para su publicación en Scribd y en los blogs de los participantes.	Sitio web de la clase Wiki de la clase Social Bookmarking Grupo de Facebook Carpeta Dropbox
24 y 25 octubre	3	<p>Opinión Pública, conflictos sociales, gobernabilidad y políticas públicas (haciendo énfasis en la guerra contra el narcotráfico)</p> <p>Entrega proyecto final y retroalimentación.</p>	Examinar las estrategias mediáticas para orientar a la opinión pública, a través del establecimiento de agendas, durante conflictos sociales y la discusión de temas públicos que afectan a la sociedad.	<p>Se presentarán diferentes videos de propaganda bélica y se llevará a cabo la lectura comentada sobre el tema de la opinión pública y los conflictos armados.</p> <p>El maestro evaluará y retroalimentará en clase el proyecto final: Agenda mediática de la guerra contra el narcotráfico.</p>	Los estudiantes, de forma colaborativa, presentarán su investigación: Agenda mediática de la guerra contra el narcotráfico.	

Fecha	No. Horas	Tema	Objetivo Educativo	Técnica didáctica	Actividad (Presencial o Campus Virtual)	Sugerencia Bibliográfica
		Unidad III. Medición de la opinión pública y climas de opinión				
31 octubre y 1 noviem bre	3	La industria de las encuestas en México	Resumir el estado que guardan las encuestadoras en México: su negocio, sus giros, la utilización que se hace de ellas, sus asociados.	Se expondrá una breve historia de las encuestas, haciendo énfasis en el uso político de éstas. A partir de ahí, se hará una lectura comentada de las encuestas en México. Se mostrarán extractos de la cinta Frost-Nixon	Los estudiantes revisarán en sitios web diferentes análisis académicos y periodísticos acerca del uso político de las encuestas en las elecciones de 2012, igualmente, solicitarán presupuestos a 3 encuestadoras nacionales con el propósito de conocer a profundidad sus servicios. Con el material, realizarán un cuadro comparativo y un ensayo para su publicación en el sitio de la clase.	
7 y 8 noviem bre	3	Impacto de las encuestas en la opinión pública y la participación ciudadana	Deducir la importancia e impacto de las encuestas en el ámbito democrático, en el ámbito judicial (creación, cancelación y modificación de leyes) y en el establecimiento de políticas públicas.	El profesor conducirá un aprendizaje basado en proyectos: identificar estudios de opinión pública y fenómenos de participación ciudadana que hayan modificado o generado leyes o políticas públicas de México y del mundo. Como introducción se exhibirá el documental "4 días de marzo".	Se ordenarán en una carpeta de Dropbox las investigaciones y se hará un enlace que se publicará en los blogs. En clase, cada participante comentará las investigaciones que haya encontrado.	Policy Responsiveness To Public Opinion - Jeff Manza and Fay Lomax Cook
14 y 15 noviem bre	3	Climas de opinión y encuestas.	Especificar el concepto de climas de opinión y establecer hipótesis de la forma cómo influyen los medios para generar o transformar dichos climas.	Se expondrá en clase la Agenda Setting y se resumirán y evaluarán teorías sobre cómo forman sus opiniones los individuos en relación a asuntos públicos.	En una búsqueda en sitios web, los participantes investigarán que climas de opinión existen acerca del aborto, los extranjeros y los matrimonios entre personas del mismo sexo en las redes sociales.	

21 y 22 noviem bre	3	Twitter vs Facebook como espacios públicos que influyen en la opinión pública.	Categorizar las diferentes redes sociales desde su origen: por gráfico social, contenido o temática y valorar su influjo en la opinión pública.	El maestro expondrá ejemplos de las diversas redes sociales e ilustrará sus características. Explicará qué son los memes y pondrá ejemplos de la viralidad como herramienta de la opinión pública.	Proyecto final: Climas de opinión y guerra contra el narcotráfico. Tomando como base el texto "Audiencias y elecciones en la era digital", los estudiantes harán un breve esquema comparativo que explique las diferencias conceptuales de las distintas redes sociales. Igualmente, harán una investigación sobre los climas de opinión pública en dichas redes con respecto a la guerra contra el narcotráfico y harán una comparación con el clima de opinión de una muestra que no utilice Internet ni redes sociales. A partir de ahí presentarán un diagnóstico del origen de los climas de opinión con respecto al tipo de red o exposición mediática.	
21 y 22 noviem bre	3	Opinión pública, medios, líderes de opinión y movimientos sociales	Criticar el papel de los medios y su influjo en la opinión pública en lo relativo a movimientos sociales.	El maestro expondrá los casos de Atenco, el movimiento #yosoy132 y occupy wallstreet y diagnosticará los fenómenos de opinión pública relativos a cada caso. Exhibición de la cinta "Escándalo en la Casa Blanca".	Los estudiantes llevarán a cabo un debate acerca del tema y lo relacionarán con su proyecto final.	
28 noviem bre	1	Entrega proyecto final y retroalimentación		El maestro evaluará y retroalimentará en clase el proyecto final: Climas de opinión y guerra contra el narcotráfico.	Los estudiantes, de forma colaborativa, presentarán su investigación: Climas de opinión y guerra contra el narcotráfico.	

Metodología del curso: Análisis de Casos, Educación Basada en Proyectos (POL), aprendizaje colaborativo, aprendizaje en entornos virtuales.

Actividades complementarias o extracurriculares: Visionado de películas, videos, noticieros, programas de opinión y análisis de anuncios, carteles, propaganda, programas de radio. Lecturas de artículos, capítulos de libros. Redacción de ensayos y resúmenes; visita y análisis de páginas Web

Bibliografía:

Se sugiere seleccionar obras recientes, publicadas como máximo cinco años y accesible para su adquisición. La bibliografía por programa se divide en:

- 1) Bibliografía Básica: máximo cuatro títulos.

Título	Autor	Editorial	Lugar y año de publicación	Capítulos o páginas a consultar
La democracia en treinta lecciones	Giovanni Sartori y Lorenza Foschini	Taurus	México, 2009	Lecciones 1 a 10
Medios de Comunicación y opinión pública	Orlando D'Adamo, Virginia García Beaudoux y Flavia Freidenberg	McGraw Hill	México, 2007	1,2,4,7,9 y 10
Historia y Crítica de la opinión pública	Jürgen Habermas	Gustavo Gili	España, 2007	1,2,3,4,5,6,7
Comunicación y poder	Manuel Castells	Alianza Editorial	España, 2010	1,2,3,5

- 2) Bibliografía Complementaria, máximo dos títulos.

Título	Autor	Editorial	Lugar y año de publicación	Capítulos o páginas a consultar
Public Opinion	Walter Lippmann	Project Gutenberg	Estados Unidos, 2004	1,2,3,4,5,6,7,8
La arqueología del saber	Michel Foucault	Siglo XXI Editores	México, 2010	2,3,4

Recursos didácticos necesarios:

Marcar con X	Material	Descripción	Referencia de adquisición
	Mapas		
	Revistas		
	Discos compactos		
x	Videos	<p>Escándalo en la Casa Blanca (1997)</p> <p>Frost/Nixon, la entrevista del escándalo (2008)</p> <p>1984 (1984)</p> <p>The virtual revolution (2010)</p> <p>The american experience: The battle over Citizen Kane (1996)</p> <p>4 días de marzo (2006)</p>	<p>http://www.imdb.com/title/tt0120885/</p> <p>http://www.imdb.com/title/tt0870111/officialsites</p> <p>http://www.imdb.com/find?q=1984&s=all</p> <p>http://www.imdb.com/title/tt1594955/</p> <p>http://www.imdb.com/title/tt0115634/</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=vFGIfubBwsI</p>
	Microfichas		
	Publicaciones electrónicas	News that matters, libro que habla sobre la relación entre noticias y opinión pública.	http://books.google.com.mx/books/about/News_That_Matters.html?id=mvRM9mEDkn0C&redir_esc=y
	Presentación digital (PowerPoint, Publisher, etc.)		
	Antologías		
	Fichas		
	Juegos		
	Otros		

Subsistema de evaluación: Trabajos, reportes de lectura y ejercicios en clase: 70% ; proyecto: 30%

Políticas del curso:

- Políticas del curso: Sobre la puntualidad:

Las clases en el aula comienzan a la hora exacta planteada por el horario. Una vez cerrada la puerta no se permitirá la entrada a clase. No se permitirá salir al baño. En el caso de las clases de dos horas, la clase será corrida y se permitirá salir 20 minutos antes.

Sobre las tareas:

- El cumplimiento de las tareas es obligatorio y sólo se recibirán:

1.- El día y hora señalada para su entrega.

2.- Completamente limpias y en orden.

4.- Las tareas para hacer en casa contendrán en una hoja un membrete con sus datos (nombre, grupo, grado y número de tarea). No se aceptarán trabajos con el nombre escrito con pluma.

- Sobre el desempeño en clase:

Es importante que al interior del salón de clase se manifieste un ambiente cordial y disciplinado para el bienestar general y donde aquel servirá de marco para que el proceso de aprendizaje se de en condiciones óptimas. Atentamente te pido que cooperes en este sentido, y así evitar aplicar sanciones que lastimen a ambos tanto a ti como a mí. NO CELULARES, NI IPOD, NI MP3 ENCENDIDOS, NI COMIDA.

Perfil del docente: Licenciado en Ciencias de la Comunicación, en periodismo o periodista con amplia experiencia en medios de comunicación, con habilidades de comunicación interpersonal y grupal, con disposición para compartir sus conocimientos y estimular en los alumnos el interés por el conocimiento de la opinión pública.

Metodología de investigación para actualización del programa: Investigación del estado del arte de la materia.